

**PENGARUH KEBUTUHAN AFILIASI DAN NARSISISTIK TERHADAP  
KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL  
(STUDI KUANTITATIF PADA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL  
FACEBOOK.COM)**

**Muh. Ramadhan Setiawan**  
**14812759**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

**ABSTRAK**

Menggunakan jejaring sosial pada saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat. Karena jejaring sosial sudah menjadi salah satu alat komunikasi yang murah dan mudah diakses. Seperti yang kita ketahui bahwa masyarakat sekarang bersifat lebih terbuka dengan blog pribadi ataupun status di sebuah situs jejaring sosial untuk menceritakan pengalaman pribadi yang dialaminya dibandingkan dengan berbicara langsung dengan lingkungan sekitarnya. Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana media sosial *Facebook* berpengaruh terhadap perilaku pengungkapan diri (*self-disclosure*) pada pemilik akunnya. Terutama pengaruh kebutuhan afiliasi dan sifat narsisistik pengguna di media sosial. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *Google Form* kepada 65 responden berdasarkan rumus Hair. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan kebutuhan afiliasi dan sifat narsisistik memiliki pengaruh yang rendah terhadap keterbukaan diri di media sosial dan hanya memengaruhi sebesar 14,8%. Individu akan melakukan self-disclosure jika individu tersebut telah terjalin hubungan yang akrab dan intim dengan individu / komunitas yang dia ikuti. Kebutuhan afiliasi dibutuhkan untuk menjaga hubungan yang akrab agar self-disclosure terus berjalan lancar. Sedangkan sifat narsisistik secara tidak langsung akan muncul jika hubungan akrab dan saling percaya telah terjalin dan keterbukaan diri saling dilakukan.

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini, manusia sebagai makhluk sosial yang setiap saat berinteraksi dengan manusia lainnya, terus berinovasi guna memenuhi kebutuhannya akan informasi baru. Salah satunya adalah perkembangan multimedia *social networking site* (SNS) atau yang lebih dikenal dengan media sosial (medsos).

Banyak sekali media – media sosial yang telah beredar luas dan telah digunakan oleh banyak pengguna di seluruh dunia seperti *Google+*, *Twitter*, *Facebook*, *LINE*, *Reddit*, *Instagram*, *Path*, *Tumblr*, *Snapchat*, *Whatsapp*, dan akan terus bertambah seiring dengan perkembangan teknologi informasi semakin ke depannya. Setiap pengguna Internet pasti setidaknya memiliki satu atau lebih dari satu akun di beberapa media sosial

karena kebutuhan akan jaringan sosial yang sangat besar terutama di era globalisasi ini.

*Facebook* memberikan banyak manfaat bagi para penggunanya antara lain, pengguna *Facebook* dapat tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, dapat bertemu dan berhubungan dengan teman lama, berkenalan dengan teman dari sahabat, serta berkenalan dengan orang yang belum pernah dikenal sebelumnya. Selain itu, pengguna situs ini memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman, hobi, dan minat dengan orang-orang dengan latar belakang, budaya, dan negara yang berbeda. *Facebook* juga dapat digunakan untuk membangun kepercayaan diri, media aktualisasi diri, dan promosi diri. Individu - individu yang pemalu dan berkepribadian introvert mendapatkan cara baru dalam berekspresi dan berinteraksi dengan orang lain baik yang sudah dikenal maupun yang

belum dikenal melalui *Facebook*. (Padyab, Stahlbrost, Palvarinta, Bergvall-Kareborn, 2016)

Menggunakan jejaring sosial pada saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat. Karena jejaring sosial sudah menjadi salah satu alat komunikasi yang murah dan mudah diakses. Seperti yang kita ketahui bahwa masyarakat sekarang bersifat lebih terbuka dengan blog pribadi ataupun status di sebuah situs jejaring sosial untuk menceritakan pengalaman pribadi yang dialaminya dibandingkan dengan berbicara langsung dengan lingkungan sekitarnya.

Pengungkapan diri yang biasanya hanya dilakukan kepada orang terdekat kini dapat dilakukan melalui jejaring sosial tanpa ada rasa ketidaknyamanan sehingga apa yang kita ungkapkan dapat diketahui oleh banyak orang. Para pengguna jejaring sosial lebih merasa nyaman dengan menceritakan hal-hal yang dialaminya bahkan hingga hal-hal yang bersifat pribadi di akun jejaring sosial miliknya dengan harapan orang lain membaca dan memberi masukan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Larry D. Rosen dkk, Ben-Ze-Ev (dalam Pamuncak, 2011) mengatakan bahwa seseorang merasa aman dalam dunia maya dibandingkan dunia nyata.

Dampak negatifnya pola hidup menjadi individualistik, dan munculnya paham eksistensialisme yaitu menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh, menjadi objek *stalking*, modus penculikan, dan *identity theft* (Nugraheni & Mashoedi, 2014). Para pengguna jejaring sosial lebih memperhatikan kehidupan sosial di dunia maya dibandingkan komunikasi antarpribadi di dunia nyata.

Ada beberapa faktor – faktor yang memengaruhi Self-Disclosure. Berdasarkan penelitian Ying-Wei Shih (2015) faktor yang memengaruhi Self-disclosure diantaranya adalah : rasa kepercayaan, kebutuhan berafiliasi, dan kepribadian narcissistic. Terutama pada faktor kebutuhan afiliasi dan kepribadian narcissistic yang memiliki pengaruh cukup besar dalam melakukan Self-disclosure.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asandi & Rosyidi (2010), dapat disimpulkan bahwa melalui *Facebook*, seseorang dapat mengungkapkan dirinya dengan efektif. Karena *Facebook* merupakan sarana untuk membagi informasi tentang diri mereka kepada orang lain. Informasi yang mereka bagi tersebut terkait dengan identitas diri dan perasaan serta keadaan yang sedang mereka alami (Pamuncak, 2011). Maka, Peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh faktor kebutuhan afiliasi dan kepribadian narcissistic terhadap self-disclosure pengguna media sosial facebook.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Keterbukaan Diri (Self Disclosure)**

Self-Disclosure secara umum dapat didefinisikan sebagai proses pembukaan informasi mengenai diri sendiri kepada orang lain yang memiliki tujuan, biasanya informasi yang ada di dalam self-disclosure adalah informasi yang signifikan (Turner, 2008).

Menurut Altman dan Taylor (dalam Morrisson, 2010), self-disclosure merupakan cara untuk meningkatkan kualitas hubungan kearah yang lebih intim. Namun demikian, self-disclosure ditengarai tidak saja mampu meningkatkan keintiman, tetapi juga menciptakan kelemahan bagi individu dalam hubungannya dengan individu lain.

Menurut Johnson (dalam Supratiknya, 1995), self-disclosure adalah proses mengungkapkan reaksi atau tanggapan individu terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau yang berguna untuk memahami tanggapan di masa tersebut. Tanggapan terhadap orang lain atau terhadap kejadian tertentu lebih melibatkan perasaan. Membuka diri berarti membagikan kepada orang lain perasaan individu terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau dilakukannya, atau perasaan individu terhadap kejadian-kejadian yang baru saja disaksikan.

### **B. Kebutuhan Afiliasi (Need for Affiliation)**

Menurut Murray (dalam Martaniah, 1994) kebutuhan berafiliasi adalah keinginan untuk

mendekat atau keinginan untuk kerjasama dengan orang lain, menyenangkan dan mendapat afeksi dari orang lain, dan setia terhadap teman. Dalam kebutuhan berafiliasi ini terkandung kepercayaan, kemauan baik, afeksi, kasih, dan empati yang simpatik yang dimanifestasikan dalam sikap bersahabat, sosial, menyenangkan, penuh kasih dan kepercayaan, dan bersifat baik. Murray juga mengatakan (dalam Baron & Byrne, 2003) bahwa kebutuhan afiliasi terkait dengan kecenderungan untuk membentuk pertemanan dan untuk bersosialisasi, untuk berinteraksi secara dekat dengan orang lain, untuk bekerjasama dan berkomunikasi dengan orang lain dengan cara yang bersahabat, dan untuk jatuh cinta.

McClelland (dalam Munandar, 2006; Arani, 2010) menyatakan bahwa kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain, kebutuhan ini mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. McClelland juga mengatakan bahwa kebutuhan afiliasi adalah dorongan untuk ramah, berhubungan secara hangat dengan orang lain, dan menjaga hubungan itu sebaik-baiknya.

Menurut Maslow (dalam Hasibuan, 2005) kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan sosial teman, dicintai dan mencintai serta diterima dalam pergaulan kelompok dan lingkungannya. Manusia pada dasarnya selalu ingin hidup berkelompok dan tidak seorangpun manusia menyendiri di tempat terpencil.

### C. Narsisistik

Narsisme menurut Chaplin (2009) adalah cinta diri dimana memperhatikan diri sendiri secara berlebihan, paham yang mengharapakan diri sendiri sangat superior dan amat penting, menganggap diri sendiri sebagai yang paling pandai, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus dan paling segalanya.

Menurut Vaknin (2007) narsisme adalah *“achievement-oriented and proud of his or her possessions and accomplishments.”* Artinya bahwa narsis lebih berfokus pada rasa bangga terhadap dirinya sendiri.

Menurut Lam (2012) narsisme berasal dari konsep diri dan rasa percaya diri, rasa percaya diri tersebut diaktualisasikan melalui perilaku seperti percaya diri sebagai individu yang unik, memiliki intelegensi yang lebih, dan memiliki potensi lebih dari orang lain sehingga cenderung tidak menerima diri sendiri karena berperilaku secara berlebihan dari kemampuan serta keadaan yang sebenarnya.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan atau metode kuantitatif, yaitu memusatkan perhatian pada gejala – gejala yang mempunyai karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia yang disebut sebagai variabel.

Variabel bebas (X) pada penelitian ini terdiri dari variabel  $X_1$  yaitu kebutuhan afiliasi, dan variabel  $X_2$  yaitu sifat narsisisme. Sedangkan, variabel terikat pada penelitian ini adalah (Y) yaitu keterbukaan diri (self-disclosure).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif facebook.com yang tinggal di Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah akun-akun facebook dengan karakteristik sebagai berikut : tinggal di Indonesia, pria dan wanita, rentang usia 18 – 24 tahun, telah menggunakan facebook lebih dari 3 tahun

Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair et al. (dalam Sugiyono, 2014) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online. Rancangan kuisioner penelitian ini merujuk pada kuisioner-kuisioner berikut: Need for Affiliation Scale oleh Craig A. Hill, skala HSNS (Hyper Sensitive Narcissism Scale) oleh Hendin, H.M., & Cheek, J.M., dan Self Disclosure Scale oleh Courtney Bly Billeter

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis regresi linear berganda ditarik persamaan:  $Y = 19,993 + 0,568X_1 + 0,104X_2$ . Dimana konstanta sebesar 19,993

menyatakan bahwa jika pengaruh kebutuhan afiliasi (X1) dan Narsisisme (X2) bernilai (0) maka pengaruh terhadap Keterbukaan diri bernilai 19,993; Koefisien regresi kebutuhan afiliasi (X1) bernilai 0,568, menyatakan bawa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel kebutuhan afiliasi akan meningkatkan pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap keterbukaan diri sebesar 0,568; Koefisien regresi narsisisme (X2) bernilai 0,104, menyatakan bawa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel narsisisme akan meningkatkan pengaruh narsisisme terhadap keterbukaan diri sebesar 0,104.

Dari hasil Uji F diperoleh hasil: Ada pengaruh Kebutuhan Afiliasi (X1) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial dan tidak ada pengaruh Sifat Narsisistik (X2) terhadap Keterbukaan Diri (Y) di media sosial.

Dari hasil Uji T diperoleh hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kebutuhan Afiliasi dan Sifat Narsisisme terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Lalu menurut perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar variabel kebutuhan afiliasi dan narsisisme hanya mempengaruhi variabel keterbukaan diri sebanyak 14,8%.

Dari hasil analisis data – data penelitian menunjukkan bahwa Kebutuhan Afiliasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Hasil ini sesuai dengan temuan Ying Wei (2015) dan Yoseptian (2012) yang menyatakan bahwa kebutuhan afiliasi berpengaruh positif terhadap keterbukaan diri di media sosial. Semakin akrab individu berkomunikasi dengan individu lain / suatu kelompok, maka kecenderungan untuk melakukan keterbukaan diri semakin besar yang dimana bisa diharapkan dapat menjaga hubungan mereka dengan saling memercayai satu sama lain.

Selanjutnya, hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Sifat Narsisistik tidak memiliki pengaruh terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Hasil ini bertentangan dengan temuan Sommerville (2014) yang menyatakan bahwa narsisistik berpengaruh pada keterbukaan diri di media sosial. Semakin besar tingkat narsisistik seseorang,

maka semakin sering orang tersebut mengemukakan informasi tentang dirinya. Pada penelitian ini narsisistik tidak memengaruhi keterbukaan diri, dapat disebabkan oleh tingginya sikap awareness para pengguna akun facebook akan seberapa pentingnya mengontrol informasi pribadi yang akan dibagikan melalui media sosial, mana informasi diri yang pantas dibagikan untuk publik dan informasi yang termasuk sangat sensitif dan privat.

Terakhir hasil uji F menunjukkan bahwa Kebutuhan Afiliasi dan Sifat Narsisistik secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keterbukaan Diri di media sosial. Hasil ini sesuai dengan temuan Ying Wei (2015) yang menunjukkan bahwa jika individu memiliki hubungan yang akrab dengan seseorang di media sosial dalam jangka waktu yang relatif lama, dan sifat narsistik antar individu mereka leluasa di keluarkan karena telah terciptanya rasa saling percaya mempengaruhi seberapa besar dan seberapa banyak jumlah informasi pribadi yang mereka bagikan satu sama lain.

Menurut model jendela Johari (Johari window model), individu akan mengecilkan area tersembunyi mereka (hidden area/kuadran III) ketika individu tersebut memiliki hubungan akrab dan rasa saling percaya dengan individu/kelompok yang dia segani, maka dia akan mulai mengecilkan area tersebut dengan melakukan keterbukaan diri (self disclosure). Karena tiap individu pasti memiliki kebutuhan untuk berafiliasi, kebutuhan untuk melakukan kontak sosial dan berkomunikasi dengan orang lain, dan tiap individu baik sadar atau tidak sadar pasti memiliki sifat narsistik dalam diri mereka, tergantung apakah kadar sifat tersebut besar atau tidak. Sifat narsistik dapat berupa membagikan prestasi mereka kepada orang lain, membanggakan kelebihan atau hal-hal unik yang hanya mereka miliki, dan lainnya. Berdasarkan model johari window individu membagikan hal – hal tersebut melalui keterbukaan diri, dan untuk melakukan keterbukaan diri individu tergantung dari keinginan dia untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan orang lain. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, penggunaan media sosial sebagai

wadah untuk melakukan keterbukaan diri semakin besar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebutuhan afiliasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterbukaan diri di media sosial. Dapat disebabkan karena semakin akrab individu berkomunikasi dengan individu lain / suatu kelompok, maka kecenderungan untuk melakukan keterbukaan diri semakin besar yang dimana bisa diharapkan dapat menjaga hubungan mereka dengan saling memercayai satu sama lain.

2. Sifat narsistik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterbukaan diri di media sosial. Dapat disebabkan oleh tingginya sikap awareness para pengguna akun facebook akan seberapa pentingnya mengontrol informasi pribadi yang akan dibagikan melalui media sosial

3. Secara bersamaan kebutuhan afiliasi dan sifat narsistik memiliki pengaruh yang rendah terhadap keterbukaan diri di media sosial dan hanya memengaruhi sebesar 14,8%. Individu akan melakukan self-disclosure jika individu tersebut telah terjalin hubungan yang akrab dan intim dengan individu / komunitas yang dia ikuti. Kebutuhan afiliasi dibutuhkan untuk menjaga hubungan yang akrab agar self-disclosure terus berjalan lancar. Sedangkan sifat narsistik secara tidak langsung akan muncul jika hubungan akrab dan saling percaya telah terjalin dan keterbukaan diri saling dilakukan.

Berdasarkan simpulan yang telah dipaparkan di atas maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Pengguna Aktif Media Sosial

Diharapkan pengguna aktif media sosial dapat menambah wawasan akan pentingnya komunikasi dalam jaringan (daring) yang aman dengan menyaring mana informasi yang layak untuk publik, dan mana yang tidak layak. Serta dapat lebih meningkatkan

hubungan yang akrab dengan para pengguna aktif media sosial lain secara sehat dan aman.

### 2. Bagi Penelitian Lanjutan

Demi perkembangan studi komunikasi, khususnya pada tataran komunikasi antarpribadi, penulis menyarankan untuk diadakan penelitian lanjutan mengenai variabel – variabel lain yang dapat memengaruhi keterbukaan diri selain kebutuhan afiliasi dan sifat narsistik

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Baron, R. A., Byrne & Donn. 2003. *Psikologi Sosial* Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Chaplin, J ., P. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Hasibuan. 2005. *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.

Martaniah, S. M. 1984. *Motif Sosial Remaja Suku Jawa dan Keturunan Cina di Beberapa SMA Yogyakarta*. Yogyakarta: UGM Press.

Morrisan. 2010. *Psikologi Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Munandar, A. S. 2006. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Press.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Supratiknya, A.1995. *Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologis*. Yogyakarta : Kanisius

Turner, R. W. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika

### Jurnal dan Skripsi:

Arani, E. W. 2010. *Hubungan Antara Motif Afiliasi dengan Intensitas Menggunakan Facebook pada Dewasa Awal*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Asandi, A.R., Rosyidi, H. 2010. *Self Disclosure pada Remaja Pengguna Facebook*. Jurnal Penelitian Psikologi. Vol. 01. No. 1

Lam, Z. K. W. 2012. *Narcissism and Romantic Relationship: The Mediating Role of Perception Discrepancy*. Discovery – SS Student E-Journal, 1(1), 1-20.

Nugrahaeni, Rizka Fitri & Sri Fatmawati Mashoedi. 2014. *Hubungan antara Self-Disclosure di Facebook Berdasarkan Topik dengan Kepribadian Narcissistic pada Remaja Akhir*. Skripsi. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Pamuncak, Dimas. 2011. *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pengguna Facebook*. Skripsi. Jakarta : Fakultas Psikologi Univesitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Padyab, Ali & Anna Stahlbrost, Tero Palvarinta, Brigitta Bergvall-Kareborn. 2016. *Facebook users Attitude towards Secondary Use of Personal Information*. Sweden : Lulea University of Technology. Diunduh dari : <https://ltu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1049575/FULLTEXT02.pdf>

Peter, J., & Valkenburg, P. M. 2006. *Research Note: Individual Differences in Perceptions of Internet Communication*. European Journal of Communication, 21(2), 213-226.

Somerville, Tiffany A. 2014. *The Effect of Social Media Use on Narcissistic Behavior*. Personality and social psychology bulletin, 34(10), 1303-1314

Ying-Wei Shih, Meng-Hsu Hsu, De-Chih Lee. Self-Disclosure, Interpersonal Relationships, and Stickiness of Online Communities. *Psychology and Behavioral Sciences*. Vol. 4, No. 2, 2015, pp. 71-78.

Yoseptian. 2012 . *Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri pada Remaja Pengguna Facebook*. Skripsi. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.

#### **Internet :**

Vaknin, S. 2007. *Maligant Self Love, Narcissism Revisited*. E.book: <http://samvak.tripod.com/siteindex.html>.